

國立台灣大學社會科學院政治學系

「政府與公共事務」碩士在職專班碩士論文計畫書

政府文創產業經營績效評估之研究－以表演藝術為例

莊三修

指導教授：黃錦堂 教授

中華民國 101 年 4 月 24 日

目 錄

| | | |
|------|---------------------------|----|
| 第壹章 | 緒論..... | 1 |
| 第一節 | 研究背景..... | 1 |
| 第二節 | 研究動機..... | 8 |
| 第三節 | 研究目的..... | 11 |
| 第四節 | 研究流程..... | 14 |
| 第貳章 | 文獻探討..... | 15 |
| 第一節 | 台灣各政治體制歷程之文化創意產業政策方針..... | 15 |
| 第二節 | 台灣之文化創意產業政策現況..... | 17 |
| 第三節 | 文創產業經營績效質性研究的相關文獻..... | 22 |
| 第四節 | 績效評估的相關文獻..... | 30 |
| 第參章 | 研究設計與方法..... | 33 |
| 第一節 | 研究架構..... | 33 |
| 第二節 | 研究設計..... | 34 |
| 第三節 | 研究方法..... | 37 |
| 第四節 | 預期結果..... | 42 |
| 參考文獻 | | 43 |
| 附錄 | 問卷內容..... | 45 |

第壹章 緒論

本章共分為三節，包括研究背景、研究動機、研究目的等三個部分。

第一節 研究背景

在的先進國家中，文化創意產業的發展與推動是其帶領國家經濟前進的主要方向。台灣由於所處位置、政治、經濟、歷史背景等因素，擁有非常豐富精緻且多元的文化，並長期累積相當的文化能量，都是有利我國發展文化創意產業的雄厚基礎。

針對文化與創意面進行產業發展政策，最早是在 1997 年由英國首相布萊爾工黨內閣所推動的創意產業¹。文化創意產業(Cultural and Creative Industry)，簡稱文創產業，中文詞彙最早由行政院於 2002 年 5 月依照「挑戰 2008：國家發展計畫」內的「發展文化創意產業計畫」所確定。文化創意產業為台灣官方定名，各國定義不同，有稱為文化產業、創意產業、內容產業等。目前推動國家較有成效者，有英國、韓國、美國、日本、芬蘭、法國、德國、義大利、澳洲、紐西蘭、丹麥、瑞典、荷比盧三國等。

根據文化創意產業推動服務網所公佈的「定義」、「選定原則」、「產業範疇及主辦機關」如下：

¹同一時期，遭逢亞洲金融風暴的南韓，在總統金大中主導下也開始從電影與數位等產業開始發展「文化內容產業」，並成立文化內容振興院與通過文化內容振興法。類似作法者，也包括澳洲、紐西蘭、歐洲諸國等。而中國近幾年在藝術市場蓬勃、公共展演場地大建設(如 798 特區)下，除在既有製造業的優勢下群找出路外，也開始重視文創產業的發展，資源投注，並且參考台灣的名詞與官方定義。

一、文化創意產業的定義：「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業」。

二、選定原則：

- (一) 就業人數多或參與人數多。
- (二) 產值大或關聯效益大、成長潛力大。
- (三) 原創性高或創新性高及附加價值高。

三、產業範疇及主辦機關：

(以下的主辦機關是文建會，101年5月20日後主辦機關為文化部)

1. 視覺藝術產業：凡從事繪畫、雕塑及其他藝術品的創作、藝術品的拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品的公證鑑價、藝術品修復等之行業均屬之。

2. 音樂與表演藝術產業：凡從事戲劇（劇本創作、戲劇訓練、表演等）、音樂劇及歌劇（樂曲創作、演奏訓練、表演等）、音樂的現場表演及作詞作曲、表演服裝設計與製作、表演造型設計、表演舞臺燈光設計、表演場地（大型劇院、小型劇院、音樂廳、露天舞臺等）、表演設施經營管理（劇院、音樂廳、露天廣場等）、表演藝術經紀代理、表演藝術硬體服務（道具製作與管理、舞臺搭設、燈光設備、音響工程等）、藝術節經營等之行業均屬之。

3. 文化展演設施產業：凡從事美術館、博物館、藝術村等之行業均屬之。

4.工藝產業：凡從工藝創作、工藝設計、工藝品展售、工藝品鑑定製度等之行業均屬之。

(以下的主辦機關是新聞局，101年5月20日後主辦機關為文化部)

5.電影產業：凡從事電影片創作、發行映演及電影周邊產製服務等之行業均屬之。

6.廣播電視產業：凡從事無線電、有線電、衛星廣播、電視經營及節目製作、供應之行業均屬之。

7.出版產業：凡從事新聞、雜誌（期刊）、書籍、唱片、錄音帶、電腦軟體等具有著作權商品發行之行業均屬之。但從事電影發行之行業應歸入電影片發行業細類，從事廣播電視節目及錄影節目帶發行之行業應歸入廣播節目供應業細類。

(以下的主辦機關是經濟部)

8.廣告產業：凡從各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置等行業均屬之。獨立經營分送廣告、招攬廣告之行業亦歸入本類。

9.設計產業：凡從事產品設計企劃、產品外觀設計、機構設計、原型與模型的製作、流行設計、專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、包裝設計、網頁多媒體設計、設計諮詢顧問等之行業均屬之。

10.設計品牌時尚產業：凡從事以設計師為品牌之服飾設計、顧問、製造與流通之行業均屬之。

11.建築設計產業：凡從事建築設計、室內空間設計、展場設計、商場設計、指標設計、庭園設計、景觀設計、地景設計之行業均屬之。

12.創意生活產業：凡從事以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之產業。

13.數位休閒娛樂產業：凡從事數位休閒娛樂設備、環境生態休閒服務及社會生活休閒服務等之行業均屬之。包括：

A.數位休閒娛樂設備--3DVR 設備、運動機臺、格鬥競賽機臺、導覽系統、電子販賣機臺、動感電影院設備等。

B.環境生態休閒服務--數位多媒體主題園區、動畫電影場景主題園區、博物展覽館等。

C.社會生活休閒服務--商場數位娛樂中心、社區數位娛樂中心、網路咖啡廳、親子娛樂學習中心、安親班／學校等。

茲將前述研究背景以圖表彙整如表 1- 1 與圖 1- 1 (資料來源：魏裕昌，台灣創意中心 94.9.15)。

表 1- 1 我國文化創意產業定義與產業範疇及主管機關

| 範疇 | 主辦機關 | 說明 |
|-----------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 視覺藝術產業 | 文建會 | 係指從事繪畫、雕塑及其他藝術品的創作、藝術品的拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品的公證鑑價、藝術品修復等之行業。 |
| 音樂與表演藝術產業 | | 係指從事戲劇相關業務（創作、訓練、表演）、音樂劇及歌劇相關業務（樂曲創作、演奏訓練、表演）、音樂現場表演及作詞作曲、表演服裝設計與製作、表演造型設計、表演舞台燈光設計、表演場地（大型劇院、小型劇院、音樂廳、露天舞台等）、表演設施（劇院、音樂廳、露天廣場等）經營管理、表演藝術經紀代理、表演藝術硬體相關服務（道具製作與管理、舞台搭設、燈光設備、音響工程等）、藝術節經營等之行業。 |
| 文化展演設施產業 | | 係指從事美術館、博物館、藝術館（村）、音樂廳、演藝廳經營管理暨服務等之行業。 |
| 工藝產業 | | 係指從事工藝創作、工藝設計、工藝品展售、工藝品鑑定制度等之行業。 |
| 視覺藝術產業 | | 係指從事繪畫、雕塑及其他藝術品的創作、藝術品的拍賣零售、畫廊、藝術品展覽、藝術經紀代理、藝術品的公證鑑價、藝術品修復等之行業。 |
| 建築設計產業 | 內政部 (經濟部) | 係指從事建築設計、室內空間設計、展場設計、商場設計、指標設計、庭園設計、景觀設計、地景設計等之行業。 |
| 廣告產業 | 經濟部 | 係指從各種媒體宣傳物之設計、繪製、攝影、模型、製作及裝置等行業。獨立經營分送廣告、招攬廣告之行業，亦同。 |
| 設計產業 | | 係指從事產品設計企劃、產品外觀設計、機構設計、原型與模型的製作、流行設計、專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、包裝設計、網頁多媒體設計、設計諮詢顧問等之行業。 |
| 設計品牌時尚產業 | | 係指從事以設計師為品牌之服飾設計、顧問、製造與流通等之行業。 |

| | | |
|----------|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 創意生活產業 | | 以創意整合生活產業之核心知識，提供具有深度體驗及高質美感之產業。 |
| 數位休閒娛樂產業 | | 數位休閒娛樂設備(如：3DVR 設備、運動機台、格鬥競賽機台、導覽系統、電子販賣機台、動感電影院設備。) 環境生態休閒服務(如：數位多媒體主題園區、動畫電影場景主題園區、博物展覽館) 社會生活休閒服務(如：商場數位娛樂中心、社區數位娛樂中心、示範型網路咖啡廳、親子娛樂數位學習中心) |
| 電影產業 | 新聞局 (2012年5月20日後改為文化部) | 從事電影片製作、發行、映演及電影工業等之電影週邊產製服務等之行業 從事電影發行之行業應歸入 8520 (電影片發行業) 細類 |
| 廣播電視產業 | | 係指凡利用無線、有線、衛星或其他載具，從事廣播、電視經營及節目製作、供應等之行業。 從事廣播電視節目及錄影節目帶發行之行業應歸入 8630 (廣播節目供應業) 細類 |
| 出版產業 | | 係指從事新聞紙、雜誌、圖書、有聲出版等之行業 |

(資料來源：魏裕昌，台灣創意中心 94.9.15)

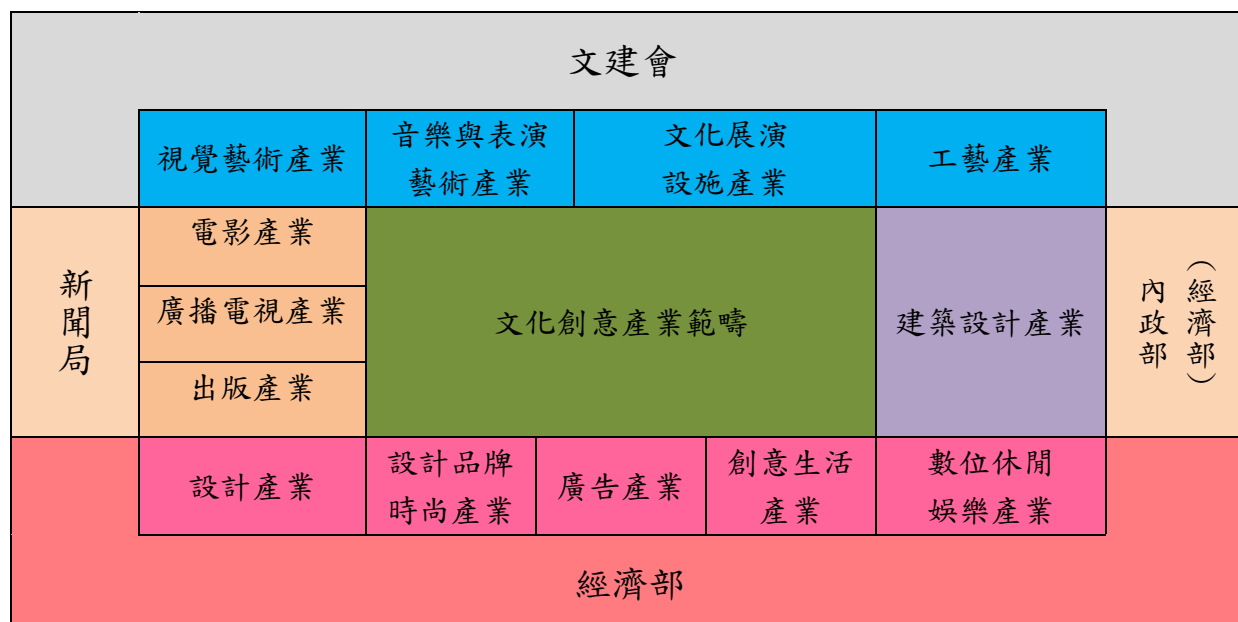


圖 1-1 我國文化創意產業主管機關

文化產業內容具有發展知識經濟指標意義，除可促使傳統產業轉型為知識型產業，也是提升台灣整體產業競爭力的基礎，為國家之「軟實力」²。文化創意產業不僅著重在傳統文化的延續，更注重新世代多元化的創意思維，帶動產業轉型與升級；並能同時促進產業重視產品設計與行銷概念之創新、經營國際化趨勢。藉由提升文化創意產業的總產量，推廣整體文化創意產業的創意思考，使台灣在文化創意產業領域中扮演重要角色³。

台灣的文化產業政策，歷經日本佔領，國民黨政府威權統治下嚴格管制與禁止，到民進黨政府經由民主選舉執政，以及當代民主思潮高漲與消費社會等不同時期，文化政策在日本殖民文化、大中國和台灣本土等不同意識形態，以及民營化和消費市場等社會風潮的引領下迭有遞嬗，在建國100年的發展史中，逐漸「去日本化」和「去中國化」，發展出台灣本土文化的性格（張譽騰，2007）。

現今文化創意產業之主管機關大多集中於中央政府，除了文建會的既定業務、經濟部(地方產業發展基金)對於文化創意產業的補助，內政部營建署國家公園的管理處、交通部觀光局對於文化建築資產的活化、農委會推

²約瑟夫·奈教授認為一個國家的軟實力主要存在於三種資源中：「文化（在能對他國產生吸引力的地方起作用）、政治價值觀（當這個國家在國內外努力實踐這些價值觀時）及外交政策（當政策需要被認為合法且具有道德威信時）」。美國學者尼古拉斯·歐維納則認為：「軍事以外的影響力都是軟實力，包括意識形態和政治價值的吸引力、文化感召力等。」《論語》季氏篇夫子曰：「遠人不服，則修文德以來之」，「文德」即是軟實力。綜上所述，軟實力一詞指國際關係中，一個國家所具有的除經濟、軍事以外的第三方面的實力，主要是文化、價值觀、意識形態、民意等方面的影響力。

³「軟實力」的概念源於美國哈佛大學教授約瑟夫·奈所提出，根據其見解，硬實力是一國利用其軍事力量 and 經濟實力強迫或收買其他國家的能力，軟實力則是「一國通過吸引和說服別國服從你的目標從而使你得到自己想要的東西的能力」。

展之與農業結合之文化創意活動(台南白河的荷花季)，客委會(桐花季)、原民會系列活動等，文化創意產業熱潮方酣，可以說百家爭鳴。然而對於文建會以外的部會來說，因為其基本宗旨有所差異，所推行之政策或活動，似乎缺少文化底蘊，而流於嘉年華會之形式，此皆有待文化部成立後以跨部會方式加以整合。在政治層面，由於單一選區兩票制的施行，選區小，重視地方利益，立法委員以選票為主要考量，關切文化創意產業之補助案時有所聞，反成為文化創意產業成長之窒礙；地方政府雖有文化局主導文化創意產業事務，然而大多因經費抓襟見肘，且有限經費之分用，常流於地方首長做人情綁樁之用，或是舉辦大型晚會、煙火秀，譁眾取寵，疏忽了提升文化精神及文化創意產業之理想。

文化產業或文化創意產業需要適當政治力量的推展，權責的劃分、整合，經費更合理的分配，提昇台灣的文化軟實力，及文化創意產業的整體產值，是政府必須面對的課題。

第二節 研究動機

美國在 2010 年出版「2009 全美藝術指標」National Arts Index(Roland & Randy, 2010)報告，涵蓋 1998 年到 2008 年 11 年的指標數據，範圍包括非營利與營利組織、補助與投資、就業、創作等領域，而數據來源更是廣

泛，包括政府與民間的統計資料⁴。

該報告提出十項主要的結論如下：

- 一、藝術受到商業景氣循環（the business cycle）的影響。
- 二、全美的藝術家與藝術組織在過去十年逐漸增加。
- 三、公眾參與和消費藝術的情形有增加。
- 四、補貼模式的挑戰：非營利藝術組織在公益市場所佔比例的流失。
- 五、藝術就業人口在過去十年逐步成長。
- 六、非營利藝術組織的數目每年都在成長，但 1/3 的組織收支不平衡。
- 七、藝術組織持續創造新的作品；越來越多的公眾創造自己的作品。
- 八、藝術教育的需求增加。

⁴ 全美藝術指標（The National Arts Index）（Roland & Randy, 2010, 2011, 2010）是由 76 項指標題目所構成，用以檢視美國藝術發展在資金流（financial flows）、能力（capacity）、藝術參與（arts participation）、以及競爭力（competitiveness）四大領域上的表現，讓人可以清楚掌握到美國藝術與文化活動體質的健康與活力狀態。其中資金流指標是在測量藝術與文化如何具體落實成為非營利與商業的活動，以及該部門如何取得來自於顧客、捐贈、與公部門支助的收入。此一領域的指標項目共有 15 項。該報告以 2003 年為基數年（100 分），2007 年整體資金流指標的平均分數為 103.9 分，最高的分數則是 2001 年的 109.7 分。2008 年只取得 15 項指標題目中的 10 項指標數據，若是根據已取得的數據計算，2008 年資金流指標的分數為 95 分。能力指標則旨在測量提供藝術與文化的個人與組織數目；能力指標包括特別的藝術形式（例如電影、音樂等）是透過哪些方式進入觀眾市場、資本投入藝術企業與非營利組織的程度、組織的網絡等。能力指標是由 14 項指標題目所構成。以 2003 年為基數年，可以明顯的看出，美國藝術與文化能力指標的成長。2007 年的指數為 107.1 分。跟資金流指標一樣，2008 年只取得部份的指標數據，若是根據已取得的數據計算，2008 年能力指標分數出現下滑的現象，降到 105.4 分；藝術參與指標旨在展示藝術與文化在市場上的表現。其所測量的題目包括一般民眾個人的藝術參與活動和體驗；是否到過博物館、大型演出等；在文化體驗與產品方面的支出。本領域的指標題目總共有 25 項。根據該報告的分析，近幾年來，美國藝術與文化產業出現供過於求的問題。如「能力」此一大項指標所指出的，不論是在人數或是在組織，藝術與文化的供應端都持續在成長，但是消費端的步驟似乎沒有跟上來。2007 年能力指標的分數為 107.1 分，相對的藝術參與指標分數為 102.9 分。指標分數差距不算小。明顯的例子是參加主流非營利藝術組織活動（如歌劇、交響樂、舞蹈、舞台劇等）的人數長期以來不斷下降。2008 年可以取得的數據僅有 16 項指標題目，分數為 99.2 分；競爭力指標則是立基於藝術與文化組織亦需面臨企業經營的挑戰，彼此必須各憑實力爭取有限的資源，如民眾的參與選擇、贊助的規模、資金規模等資源。本指標由 25 項題目所構成。就整體而言，美國藝術的競爭力正逐漸在下滑。1998 年的指標分數為 116 分，到了 2007 年則是下跌到 99 分。2008 年能蒐集數據到的指標僅有 15 項，其所計算出來的分數為 95.8 分。

九、藝術商家的數目持續增加，但經營的狀況並不穩定。

十、藝術在資源與投資方面的競爭力正在走下坡。

文化創意產業是一種創意與理智必須並用才可能成功的產業。然而在現有文化創意產業環境中，大部分初次踏入文創產業業界者感性多大於理性，即文化創意過多而經管理智不足，兩者無法取得平衡，容易忽略現實企業實際經營所須注意的經營要素。如謝富旭等(2010)文中提出台灣故事館之實際案例，該案例中吳創辦人開啟台灣先河，以深度文化特色創辦數家懷舊餐廳致富，卻因單純複製成功經驗過度擴張，遇上產權糾紛及財務吃緊導致經營權易手，而今一無所有。顯示文化創意產業工作者與企業經營績效間的性格衝突，直接影響該產業是否可永續生存。

如何兼容並蓄，在經營者的理念與現實取得平衡，以達永續經營傳承之目標，為台灣文創產業目前面對首要課題。

本人在行政院文化建設委員會附屬單位國立新竹生活美學館服務，負責北台灣地區九縣市之社區生活美學、社區營造、社區文化、特色產業及社區藝術展演等相關活動之推廣、調查、研究、編輯及出版等文化創意產業推廣工作。常接觸滿懷理想的文化創意產業經營者，因不黯經營之道或因資金技術得不到奧援而慘淡經營，辛苦度日。2010 文化創意法通過，政府對文化創意產業積極補助輔導，公家資源對文創產的挹注，有一定的程序和規範，然對大多數業者而言實屬杯水車薪，甚至有資源分配不均爭議。本研究期許

找出一套模式以了解政府文化創意產業政策之業者期望度與實際滿意度，提出更有效率的運用政府資源的方法。

第三節 研究目的

文化創意產為近年開始發展之重點產業，其經營績效良好與否之量化評估指標目前僅透過文化創意產業的年度總產值進行評估，歷來探討傳統文化產業的經營績效研究則多以深度訪談或田野調查等質化方式進行分析，得到影響文化產業經營的因素。如張秀慧(2004)透過層級分析法 (Analytical Hierarchy Process, AHP)對台南創意文化園區營運團隊選擇暨產業引進進行多重準則評估；陳弘揚(2005)利用個案研究方式對文化創意產業之品牌行銷進行研究；游玉玲(2005)以質化方法研究文化創意產業智慧財產權管理與經營；林容婉(2006)以層級分析法研究文化創意產業行銷與經營策略發展指標；黃惠穗(2007)則以文獻分析法與歷史比較研究配合問卷調查對我國文化創意產業中公私部門協立夥伴關係應用進行研究等…。然而僅透過上述質化研究方式所得之研究結論，是否確為真正影響文化產業經營的原因？質化研究方法相較量化研究方法而言，最大的缺點在容易因不同的時間、地點以及個人價值主觀造成研究偏差，量化方法其數據特性相較質化研究方法而言，可以較客觀之角度分析研究主題並依循確切數據對問題進行重要性排序，找出異常要素加以改善。

本研究嘗試利用藝文團隊觀點分析影響文化創意產業經營績效的因素，即透過藝文團隊經營文化創意產業的期望重要度(excepted importance)與實際滿意度(real satisfaction)，衡量文化創意產業經營是否符合經營者需求，研究過程採用統計方法，探討文化創意產業經營績效的缺失，並量化分析找出績效不符經營者期待的原因。

因文創相關論文偏少，本文就一些文創相關著作加以介紹。謝富旭等學者(2010)以實際案例提出經營文創產業實際面臨的六大問題，包括管理、財務、行銷、客戶、差異化、品牌忠誠度六大問題。本研究擬參考此實際案例所提出的六大問題，以此六大問題為構面設計問卷，資料取自藝文團隊工作人員實際感受，藉測量藝文團隊工作人員感受之 K 等量表對文化創意產業經營的需求面(重要度，importance)與該藝文團隊目前實際經營表現度(滿意度，satisfaction)，並配合基本資料問題 21 題，透過企業界常用之量化方法 IPA(重要度/表現度分析)對現有文化創意產業藝文團隊進行績效評估，檢視文化創意產業目前不足之經營要素，對文化創意產業經營績效評估與滿意度提升之關係進行探討。文化創意產業經營者在進行業務決策時，此模式相較僅依靠質化分析之研究，可更加有效且精確找出影響經營績效之要素，並以滿意度為主要依據，對目前經營現況不符滿意度之經營要素提出改善方針建議加以改善。

台灣文創產業開始受到政府重視，首次明確於政府執政方針中列出並

執行原於行政院在 2002 年 5 月所訂定「挑戰 2008：國家發展計畫」內的「發展文化創意產業計畫」⁵，文化創意產業並非完全與現實產業經營管理及人口素質脫鉤，現有已投入資源經營的產業業者欲達永續經營之目標，更需對其經營團隊進行相關產業經營績效評估以修正產業經營之不利要素，以達產業去蕪存菁，永續經營之目標。

⁵台灣師範大學表演藝術研究所副教授夏學理指出，從 2002 年到 2005 年，台灣的國內生產毛額平均成長率達到 5.67%，文化創意產值更是成長超過 10%，乍看之下，似乎表現不錯，但是實際上這幾年文化創意產值的成長是不穩定的，當國內生產毛額只是微幅上升，文化產值呈現大幅提升，但是國內生產毛額大漲，文化產值卻沒有隨著比率正向成長，反而出現消退的情形，夏學理說，這顯示台灣的文化創意產業，明顯受到政策等非自然因素所影響(國立教育廣播電台，2008)。

夏學理日前也對台灣的文化消費情形進行研究調查，結果發現收入愈高的民眾，在藝術文化上的消費能力較強，收入在 2 萬元以下的民眾，幾乎不會把錢花在藝文消費上。2002 年台灣經濟研究院曾公布文創產值為 4400 億元，並且「保守估計」，2008 年會增加到 1 兆 1 千多億元。不過，在 2005 年的官方統計，產值也只達到 5800 多億元。而從 2006 年文化消費調查的數據看來，包括視聽、電影、書籍在內的文創產業，國人的實際消費情形並不如官方預期的樂觀，在國民生產毛額成長率也只有 2~3% 的情況下，文創產業似乎也不可能如暴發戶一般出現爆炸性的成長。力課堂整合行銷公司總經理歐陽穎華表示，政府在文化創意產業的經營上，不應該停留在點狀活動的舉辦，而要有長遠的規劃，才能吸引民眾願意參與文化活動，提升人民的文化素養(聯合新聞網，2008)

第四節 研究流程

本文研究流程依序為研究動機、研究目的、相關文獻探討及結論與建議，如圖 1-2。

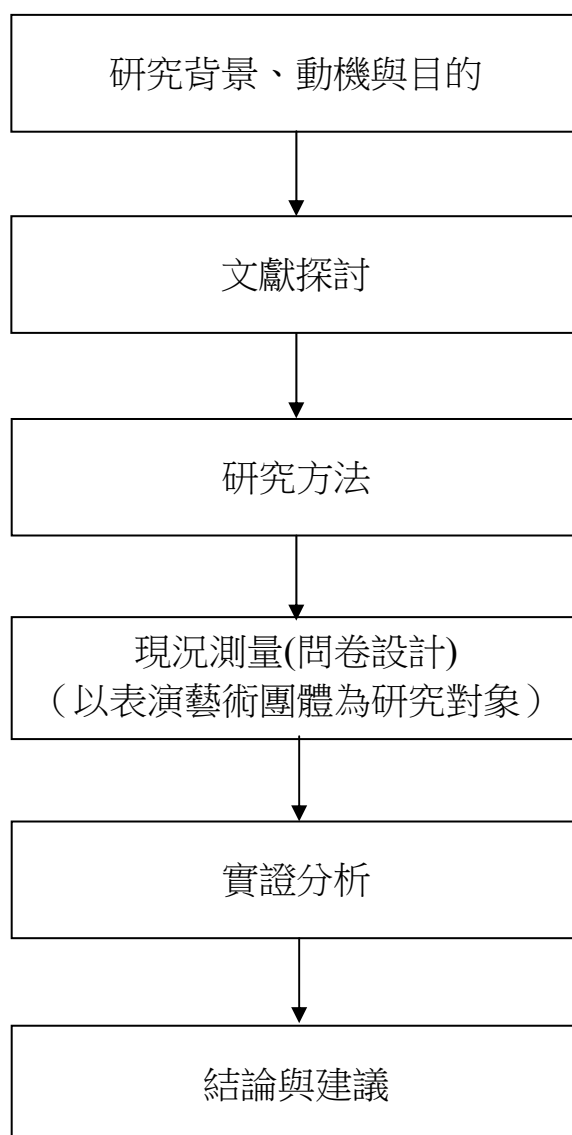


圖 1-2 研究流程圖

第貳章 文獻探討

本章共分為三節，第一節台灣各政治體制歷程之文化創意產業政策方針、第二節文化創意產業經營績效的相關文獻、第三節績效評估的相關文獻。

第一節 台灣各政治體制歷程之文化創意產業政策方針

自從光復以來，台灣政治體制的變遷歷程約可略分為以下三個時期。

1.威權體制(1949-1986)，2.威權轉型(1987-1995)，3.民主鞏固(1996 迄今)。

由於時空背景的不同，各時期對文化創意產業政策的方針亦有相當大的差異。

如張譽騰(2007)針對此三個時期加以分析，自 1949 年國民黨政府與中國共產黨內戰失利，退守臺灣開始威權體制，從 1949 至 1965 這 17 年間，國民黨政府外有中共入侵威脅，內有軍民的生計問題，基本上無餘力著意於文化發展，也無具體文化政策可言。而 1966 到 1975 年這 10 年間，台灣在外銷導向的經濟政策下，文化事業仍然相對蕭條，這段時間台灣文化政策的主軸是所謂的「中華文化復興運動」。此一運動的目的是在將國民黨政權與中華文化道統相承接，以擁護領袖保衛中華文化的姿態，對抗 1966 到 1976 年中國所發動的「文化大革命」運動。1970 年代末期的台灣逐漸由

農業社會過渡到工商業社會，國民黨政府在推行十大經濟建設之後，轉而正視文化建設的重要性。為了普及科學知識，由教育部主導的一系列科學博物館建設(國立自然科學博物館、國立科學工藝博物館、國立海洋生物博物館、國立海洋科技博物館、國立史前文化博物館等)在 1980 年初開始陸續進行籌備工作。

1981 年 11 月 12 日，「文化建設委員會」(以下簡稱文建會)成立，它在行政體系上屬於行政院的部級單位，也是執行全國文化建設工作的最高機關，這是台灣文化政策從教育領域分離出來獨立推動的開始。文建會在這 6 年期間（1981 年~1986 年）對台灣 21 縣市進行文化中心的籌建工作。

1987 年開始，文化政策逐漸從中央主導的國家威權形態轉型，各地文化中心陸續完成硬體建設後，文建會接著提出「建立文化中心特色計畫」，依據各縣市的人文歷史、傳統工藝、產業等資源，在各縣市文化中心內成立地方特色博物館。這一階段的文化政策開始重視到台灣各地區域不同的生活形貌與文化差異，藉由地方特色博物館的成立，嘗試尋找台灣各地區的文化特性。

政治經濟環境逐漸轉型的這 10 年間（1991 年~2000 年），民眾文化意識亦逐漸抬頭。在文建會「社區總體營造」、「閒置空間再利用」、「地方文化館」等文化政策引導下，由縣、市、鄉、鎮主導設立的一系列計畫，提出地方認同、族群自主性重建，文化資產經營和地方產業振興等不同訴

求。而從 2001 年迄今，「民營化」或「市場化」成為台灣文創界最熱門的議題。

第二節 台灣之文化創意產業政策現況

在全球的華人社會中，台灣因特殊歷史背景，地理位置，人民具備豐富的創意活力、多元的文化底蘊，真正把文化落實在常民生活中。於全球的華人文化中，台灣具備之三大優勢，可使台灣扮演開創者的角色，以活潑的文化創造力，成為華人文創產業的先鋒：

一、台灣原有之海洋文化的特性，移民社會的多元包容特質，開放自由的胸襟，開創新局的勇氣，和寬廣的世界觀，創新和熱情的人民。

二、台灣傳承著深厚的中華文化傳統，教育普及，文化基礎底蘊溫厚，保存著「溫良恭儉讓」的儒家精神，成為創新的人文基礎。

三、台灣是華人世界首先實現民主制度的地方。自由創作的環境，自由開創的心靈，是文化創意產業的生命力，也是台灣創意的源頭。

壹、中央政府之文化創意產業政策現況

行政院於民國 91 年提出「挑戰 2008：國家重點發展計畫」為施政主軸，點出地方文化產業的推動為政府地方文化再發展、振興地方經濟，以提昇國家競爭力的重點工作。民國 97 年馬總統的「文化白皮書」，訴求以文化

為核心的全球佈局，承諾文化預算要從現行政府總預算的 1.3% 提升到 4%，明確指示了文化創意產業的方向。

文建會以文化白皮書為施政方向，原屬於教育部的 4 個社教館所已移交文建會主管，並規劃為生活美學館。國家國樂團、國光劇團與附設豫劇團等單位也已併入文建會；此外國立歷史博物館、中正紀念堂、國父紀念館、台灣史前文化博物館等 4 個單位與兩廳院，也確定併入。

文化創意發展法於中華民國 99 年 2 月 3 日華總一義字第 09900022451 號總統令制定公布。其開宗明義為促進文化創意產業之發展，建構具有豐富文化及創意內涵之社會環境，運用科技與創新研發，健全文化創意產業人才培育，並積極開發國內外市場。

文化建設委員會將於 101 年 5 月 20 日升格為文化部，新聞局、研考會、教育部的部分業務將移撥到文化部，未來文化部底下將設置 7 個司、5 個處、1 個會、2 個附屬機關及多個附屬機構，統籌國家的文化發展與政策方向。其中，「綜合規劃司」負責擬定文化政策、法規整合；「文化資源司」主掌軟硬體資源與社區總體營造業務；另外還包括「影視及流行音樂發展司」、「人文及出版司」、「藝術發展司」與「文化交流司」。五處為秘書處、人事處、政風處、主計處、資訊處；一個會為任務編組的「法規會」。兩個附屬機關則是「文化資產局」、「影視及流行音樂產業局」。整個文化部人員將從一千人擴增到兩千人。「文化部」的業務範圍將橫跨文化政策、文化資產、

文化設施、文化創意產業、出版產業、廣播電視產業、電影產業、文化國際交流等，是非常具有挑戰性的部門。這些業務目前散見於政府不同部會中，透過「文化部」的組織框架，可以統一文化相關產業的事權，並以「部」的規格規劃發展所需。

在「文化國力」成為衡量國家競爭力的重要指標時，「文化部」的成立是一個明顯的里程碑。「文化部」將整合各方資源，透過官民共同攜手，形塑台灣成多元、創新及奔放的文化大國，帶領台灣邁向嶄新境界！

行政院 98 年 5 月 14 日通過「創意臺灣-文化創意產業發展方案」，針對當前文化創意產業發展困境及產業需求，分析問題及提出推動策略，規劃國內文化創意產業發展之藍圖。本方案提出二大主軸、五大策略和六大旗艦產業。二大主軸分別為「環境整備」及「旗艦計畫」。「環境整備」包括資金挹注、市場流通及開拓、產業研發輔導、人才培育媒合及產業集聚效應等五大策略，著重於建構完產之發展環境。「旗艦計畫」則是從台灣現有各產業中，選擇具產值潛力、產業效益大的業別，包括電視、流行音樂、電影、數位內容、設計及工藝產業等六大產業，針對其發展特性及需求提出規劃，予以重點推動，期能發揮領頭羊效益，帶動產業發展。

文建會配合「創意臺灣-文化創意產業發展方案」，將工藝產業列為旗艦產業，以應實際需求，強化創新研發設計及拓展行銷通路之二大實施計畫策略，將以三大行動方案（包含卓越研發行動方案、產業跨業合作行動方

案、「大品牌」形塑行動方案)之 11 項重點計畫執行，並同時進行「工藝創新育成中心基地硬體設施整建計畫」，以期藉由上述重點計畫持續進行後續空間功能擴充完備等整建作業，加速工藝產業精質化的歷程，並讓臺灣工藝產品優質設計與品質，行銷國內外、提高市佔率，提升國家形象及文化競爭力。

貳、 地方政府之文化創意產業政策現況

台北市政府文化局為全國第一個地方文化事務專責機構，故本研究以台北市為例，略為窺探地方政府之文化創意產業政策。

台北市文化局於民國 88 年 11 月成立。首任局長由龍應台出任，以「文化深入生活」、「傳統走出現代」、「本土走向國際」揭槩其對文化局工作的發展方向，並努力「文化與教育結合」、「文化與社區結合」、「文化與產業結合」、「文化與國際結合」，企圖建構全國第一個「市民的文化局」、「輔導而非指導的文化局」。

第二任局長以「有情文化」及「美感城市」落實「文化就是生活」的理念。在其任內致力推動文化白皮書內之「育藝深遠」國小藝術紮根計畫、「藝企相投」媒合藝術及企業文化機制、「公共藝術」、「臺北學研究」、「漢字文化節」、「藝響空間網」、「藝文組織譽揚作業」、設立「文化創意產業發展委員會」；賡續推廣文化就在巷子裡、大城市小人物、藝術季、老樹保護、藝文補助、古蹟保存及活化、兩岸及國際文化交流等軟硬體計畫。

第三任局長因應全球產業的解構及消長，企圖打造台北市成為「文創首都」，上任後即設置「臺北文化設施發展基金」，加速文化設施之興建、修復與再利用，並成立「臺北電影委員會」，振興影視產業發展，輔導「臺北市文化基金會」轉型策辦重大藝文節慶與營造重要藝文館所，推動臺北市創意地圖雙 L 型產業軸帶，在既有基礎下更接續催生重要文化建設，如「松菸文化園區」、「臺北藝術中心」、「北部流行音樂中心」及「城市博物館」，也針對公共藝術的開展進行不同的嘗試與突破，期望在文化創意與文化觀光產業中，為台北市建構下一階段的發展利基，並成為城市行銷的利器，進而提高文化產業之附加價值，並厚實文化底蘊，融合城市美感與藝文氛圍，使文化深入市民生活，打造深具特色的文創首都。

第四任局長則從強化文化社區化、產業化及國際化三方向著手，結合市民自發的社區意識和草根力量，讓文化生根；因應文創時代的來臨，配合中央政策，協助文化事業朝產業化規模發展；並在文化觀光、城市行銷及台北學等方面，讓台北以國際語言站在城市競爭的世界舞台上。

第五任局長致力於公平、合理之有效分配資源，同時兼顧藝術之「精」與庶民之「廣」為努力目標。針對多元性公共文化議題，致力於與各界溝通，凝聚各式創意人才，共同打造臺北市成為文創之都。

現任局長於 101 年 2 月接棒，業務推動將有下列四大方向：健全的文化生態，是台北城市文化發展的根基；爭取世界設計之都，是台北市的改造

運動；創造力，是台北城市的優勢競爭力；建立新世紀的文化治理思維與新做法。讓台北市成為城市文化治理的新典範，提供市民最優質的文化生活。

其他縣市亦有相關雷同的施政，然經費無法與直轄市比擬，人力及政治因素侷限，難以有大格局發揮。有些負債比例高的縣市，文化局扣除中央補助經費外，每年只有新台幣一百多萬元的預算，對於文化創意產業的推動實屬杯水車薪，以致於表演藝術團體有缺乏政府輔導補助、缺乏練習場地、沒有表演場所之憾。近期比較耳熟能詳的活動有苗栗的桐花祭、嘉義的管樂節、新竹的國樂節及台南白河荷花祭等，唯仍屬於“定時、定點”之文化節慶活動，對於表演藝術團隊亦未見有規模之輔導。

第三節 文創產業經營績效質性研究的相關文獻

目前文化創意產業經營績效相關研究多以質性方法為研究基礎，如張秀慧(2004)透過層級分析法(*Analytical Hierarchy Process, AHP*)對台南創意文化園區營運團隊選擇暨產業引進進行多重準則評估；陳弘揚(2005)利用個案研究方式對文化創意產業之品牌行銷進行研究；游玉玲(2005)以質化方法研究文化創意產業智慧財產權管理與經營；賴建都與連瓊芬(2005)，採質化研究方法，以個案研究法配合田野調查、深度訪談進行資料收集，再對苗栗窯業規劃一系列的品牌視覺設計與推廣方法；林容婉(2006)以層

級分析法研究文化創意產業行銷與經營策略發展指標；陳雅萍(2006)以國外實施案例為基礎，採用文獻評述、網路搜尋、個案分析、深度訪談與田野調查法，以台灣 2000 年起公部門所執行之進駐與跨國行動計畫的策略與實施成效為研究對象進行評估並提出建議與實施策略；黃惠穗(2007)則以文獻分析法與歷史比較研究配合問卷調查對我國文化創意產業中公私部門協立夥伴關係應用進行研究；彭韻筑(2008)以質性研究法的研究步驟、透過田野調查的深度訪談、參與觀察、團體焦點訪談，文獻資料回顧及資料的蒐集、彙整，研究新竹現代客家美食以體驗行銷的方式置入推廣；張英琦(2011)採用文獻蒐集分析、現場觀察、深度訪談等方法，以西港庄頭香科武陣為個案對象進行研究。

(劉宜君，2009)對於中央政府近 10 年對於文化藝術補助政策與執行評估為研究範圍，並以文建會與國家文化藝術基金會為主要探討對象，對於補助問題、機制以及成效加以深入探討，並建立執行評估指標且提供具體可行之建議，文中提出七點建議：

(一) 就文建會、國藝會功能定位之比較、區隔

1.文建會透過補助資源之運用落實中央藝文政策，國藝會因為基金未全數到位，與孳息減少，面臨補助資源缺乏之窘境。雖然文建會與國藝會都進行對民間團體的補助，但雙方的功能設計還是有一定的分野，例如文建會的補助是強調政策推動的、較具全面性的，除了藝文

創作之外，同時也補助演藝團隊的行政維護費用；國藝會的獎助大多針對創作品而言，鼓勵創新的、具突破性、實驗性與新觀念的各種藝文形式。以文建會的扶植團隊為例，扶植團隊的補助經費不能編列於要求的幾檔表演中，只能用在團隊經營管理的開銷支出。事實上，作品的日後製作或開發費用還是要到國藝會申請補助，如此兩者的功能便可區別。

2.文建會與國藝會透過互相通報資訊、進行協調，朝向文化藝術補助資源不重複之慣例。也就是若有其他機關開始執行相近的補助，國藝會就將資源轉向其他類別，避免重複。

3.應強化利害關係人對於補助機制參與以及對資源窘境的了解。與其說文建會與國藝會補助機制重疊與定位區隔不明，更深層的議題是如何擴大利害關係人對於補助機制參與以及對資源窘境的了解。該研究發現許多藝文團體反應不清楚補助機制，加上未獲補團體不清楚審查的意見，屢戰屢敗下最後喪失提案信心。而申請的藝文團隊因為缺乏足夠的資訊與技巧，遂使中南部或偏遠地區的藝文團隊逐漸遠離藝文治理機制，該研究認為應該設立貼近地方藝文團體、藝術行政性質的「輔導員」諮詢機制。

4.目前的補助機制與措施，不僅是被動的區隔而避免重複補助、而非主動的協調而共同促成特定價值，更似乎明顯的讓資源集中於都會

區的大型知名團體。當然，西部、北部都會區人口較多，補助結果集中於都會區，資源偏重於都會區，這雖是未獲補團體的抱怨與不滿，但補助機制不見得要扭曲專業審查的精神而強求齊頭平等，而可以注意藝文補助政策目標。政府相較於英美先進國家對於文化藝術補助整體資源投入比例偏低，相較於其他先進國家，政府對於文化藝術補助資源的投入其實並不多，仍有增加的空間。業界期盼政府對於文化藝術補助的多元化資源提供。

5. 除了金錢的補助之外，其他如場地的提供、行政人才的培育、團隊經營診斷服務等資源的投入，也是藝文團體(個人)樂見且期盼的。例如國藝會舉辦的藝術行政人才培訓，獲得藝文團體正面肯定；但是也有認為還需要加強的，例如較具規模的展演場所，租金通常不低，況且在申請上國外團體通常比國內團體更具優勢。

(二) 文化藝術補助執行達成文化藝術保存與文化藝術人才育成之成效與提升之必要

文化藝術補助的執行對文化藝術保存與創意的扶植與彰顯，或多或少一定達到某程度的效用。在文化藝術保存方面，訂有文化資產保存法，就古蹟、遺址、傳統藝術、文化景觀、民俗與相關文物等加以維護並使之能夠永續流傳。除了藉由補助機制以及訂定法規來保存文化藝術，也透過薪傳獎、文耕獎等表揚在傳統或地方文化藝術有卓越表現的

文化藝術工作者。在創意扶植與彰顯上，文化藝術補助目的之一為提升藝文品質，刺激各種新興的藝文形式的產生；國藝會對於創作補助的評選基準，即是鼓勵新觀念、突破性、實驗性的創作題材。

(三) 文化藝術補助執行部份達成提升國民文化生活之成效，惟民眾對於文化藝術活動存在一定程度的參與與存在城鄉差距

文化藝術補助執行所產生的影響，有些並不是立竿見影，而是需要長時間的薰陶、耳濡目染，隨後自然內化成個人或社會涵養的一部份。台灣近10年來，無論是民眾藝文活動參與次數、藝文活動舉辦個數、閱讀時數，都有逐年增加的趨勢；此外，展演設施的增多多少也表示民眾對文化藝術的易得性提高。雖然量化不能涵蓋一切，但明確顯現出朝著國民文化生活提升的目標前進。

(四) 政府缺乏對於補助政策的總體或長遠成效之檢視

該研究透過訪談獲得的回答大致相同，亦即目前僅有行政、產出評估，或讓獲補團體自行以文字表示活動成效。換言之，不管是文建會或是國藝會，都會在獲補計畫執行結束後進行評估，以評斷計畫活動究竟是否成功。但是對於政策或補助的中、長期成效，甚至是社會影響層面，似乎缺乏類似的效益與影響評估，亦即對於補助政策的總體或長遠成效檢視，目前似乎較為少見。

(五) 政府缺乏總體文化政策與文化藝術補助目標仍不夠明確

文化藝術的範疇相當廣泛，並且融入在各個生活層面，除了文建會、國藝會與地方文化局之業務與文化藝術直接相關，其他如教育部(局)、新聞局(處)等相關單位之業務也會與文化藝術產生相關性。是故，文化政策的建構與執行，除了根據短、中、長期建立政策目標外，也要考慮各個可能涉及的相關單位，整合相關資源，建立總體文化政策。

(六) 補助申請作業繁複，且應強化團體演出與現場之評審機制

許多藝文團體表示，補助申請行政作業複雜，無論是申請表格的填寫或者是計畫書的撰寫，都需要專業的行政人員來處理。但是，往往要維持團體的正常經營運作已經很吃力，很難再撥出一筆支出專門聘請藝術行政人員。中、南部有許多藝文團體指出，評委很少親自到現場觀賞團體的演出，大部分只根據書面資料決定補助資格，如此評審出來的結果讓人難以信服；北部團體較少反映有這種問題，可能與地緣關係、評委方便到場觀賞有關。

(七) 補助程序之評審委員評審公平性與專業性有待強化

藝文團體普遍認為文化藝術補助執行方面存在一些問題，甚至認為在政策上沒有完善且清晰的規劃或目標。因而，文建會可就補助執行面再做檢討、修正，並且要能適度、適時回應團體的需求與意見。

「績效」一詞源自管理學，其理解因產業或因人而異。一般人認為績效是指完成工作的效率與效能或指經過評估的工作行為、方式及其結果，

亦有其他人認為績效是指員工的工作結果，是對企業的目標達成具有效益、具有貢獻的部分，在企業管理中常被用於人力資源研究評估。在廣義的企業管理中，員工的績效表現為工作成果的數量、品質、成本花費以及為企業作出的其他貢獻等。綜合而言，績效綜合了成績與成效，是一定時期內的工作行為、方式、結果及其產生的客觀影響。

文化創意產業多元化的特性，就上述“績效”指標應用於文化創意產業經營定義，實際上會因產業本質的差異造成無法對其績效進行廣泛且系統化的定義。截至目前相關文獻僅美國在 2010 年出版之「2009 全美藝術指標」系統化對文創產業績效評估指標定義較具代表性。

由於僅依賴質化方法進行研究過於主觀，且研究結果參考價值有限，近年文化創意產業的相關研究已逐漸同時採用量化方法研究，如宋汶姳與黃采萱(2010) 以橋頭白屋為主要個案研究對象，透過深度田野調查蒐集研究資料，服務品質量表統計分析及應用相關行銷策略方法分析作為產業服務創新管理之依據，提出創意產業服務創新策略。其研究結果顯示於服務品質量表問卷統計調查中，將創意產業所提核心價值(空間場域、服務品質、實體表徵物及行銷策略)等四項衡量要素，由高至低平均分數排序得知首要進行改善之經營績效要素為服務品質，對於次要需改善之經營要素如實體表徵物，包括企業識別系統 CIS 應用與設計，該研究以實例改善設計方式進行相關設計改造，並將研究結果歸整以實例驗證設計模式，提出產

業經營策略建議。然而該研究採用量化研究方法部分，其服務品質缺口構面為先行預設四構面後再透過深度訪談以及研究者個人主觀觀察後設計需改善績效要素，其觀點並非源自服務需求者，缺乏足夠客觀性，另最重要之樣本數過少，單份問卷共四構面 29 個問項，僅回收 21 份有效問卷，其研究結果代表性仍有待商議。本節將探討文化創意經營績效的相關研究整理如表 2-1。

表 2- 1 經營績效的相關文獻

| 作者(年份) | 研究論點 |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 張秀慧(2004) | 利用層級分析法(Antalytical Hierarchy Process, AHP)對台南創意文化園區營運團隊選擇暨產業引進進行多重準則評估 |
| 陳弘揚(2005) | 利用個案研究方式對文化創意產業之品牌行銷進行研究 |
| 游玉玲(2005) | 以質化方法研究文化創意產業智慧財產權管理與經營 |
| 賴建都與連瓊芬(2005) | 採質化研究方法，以個案研究法配合田野調查、深度訪談進行資料收集。 |
| 林容婉(2006) | 以層級分析法研究文化創意產業行銷與經營策略發展指標 |
| 陳雅萍(2006) | 以國外實施案例為基礎，採用文獻評述、網路搜尋、個案分析、深度訪談與田野調查法。 |
| 黃惠穗(2007) | 以文獻分析法與歷史比較研究配合問卷調查對我國文化創意產業中公私部門協立夥伴關係應用進行研究 |
| 彭韻筑(2008) | 以質性研究法的研究步驟、透過田野調查的深度訪談、參與觀察、團體焦點訪談，文獻資料回顧及資料的蒐集、彙整進行研究。 |
| 宋汶姈與黃采萱(2010) | 透過深度田野調查蒐集研究資料，服務品質量表統計分析及應用相關行銷策略方法分析作為產業服務創新管理之依據，提出創意產業服務創新策略。 |
| 張英琦(2011) | 採用文獻蒐集分析、現場觀察、深度訪談等方法，以西港庄頭香科武陣為個案對象進行研究 |

第四節 績效評估的相關文獻

本節探討重要度－表現度分析(important-performance analysis, IPA)方法，以下本文將重要度－表現度分析方法簡稱為 IPA。

Martilla and James(1977)提出重要度-表現度分析(importance-performance

analysis, IPA)方法衡量消費者對汽車經銷商服務的重要度(importance)及表現度(performance)績效。Thomas(2003)認為企業不應僅透過顧客滿意度了解顧客對產品或服務滿意與否，更需同時考量消費者心中對產品或服務要素的重視程度。透過分析顧客的滿意度及重要度兩者是否一致，檢視企業資源配置是否合宜。

IPA方法提供企業了解消費者對產品的滿意程度，並同時可判斷現有資源是否妥適運用。目前以IPA方法對文創產業進行探討的研究尚少，大部分應用IPA方法分析服務品質缺失，提出改善策略之研究，仍以具服務業特性之相關產業居多。如鄭來宇等人(2008)以IPA方法評估電影院服務品質；洪彰鴻等人(2005)利用IPA方法分析舉辦運動會之優缺點。

Porter(1980)認為企業獲得顧客的青睞是不容忽視的經營要素，可透過顧客對企業滿意程度的評估了解並滿足顧客的需求。Lambert and Sharma (1990)提出有關企業競爭力量化分析範例，其中企業獲得滿意度越高，其競爭優勢相對較高，重要度指標亦同，企業可以利用以顧客為導向的量化分析模式確立本身競爭優勢，相對亦可得知本身競爭劣勢為何並加以迅速改善。

Lambert and Sharma(1990)透過問卷方式收集資料，問項設計包含重要度及滿意度，均使用7等量表，X軸為滿意度，Y軸為重要度。

透過IPA方法可得知產業資源供給期望以及消費者需求，進而以兩者表

現一致為目的進行產業內資源分配改善，同時滿足消費者注重之需求層面，提供產業資源最適分配以及消費者滿意最大化之績效策略思考方向。

目前文創產業工作者對產業提供績效感受程度之差異特性相關研究尚無，且同類型績效研究仍以敘述性無法量化之不確定描述或作為滿意度回饋要素，相關研究要素亦無法進行長時間持續性反覆實驗，獲得有效回饋資料並加以改善。文化創意產業為具有服務業特性，其產業參與者組成雖具廣泛且不確定隨機高流動等特性，然因文創產業為未來持續發展之重點產業，仍可透過產業經營者或團隊為滿意度感受族群，相較前述文獻，文創產業經營成效應更適合利用IPA方法進行績效評估，本節績效評估相關文獻整理如表2-2。

表 2-2 績效評估的相關文獻

| 作者(年份) | 研究重點 |
|--------------------------|------------------------------------------------------------|
| Martilla and James(1977) | 提出 IPA 方法衡量消費者對汽車經銷商服務的重要度(importance)及表現度(performance)績效。 |
| Porter(1980) | 藉由參考顧客重要度了解顧客的需求，並評估企業是否滿足顧客需求。 |
| Lambert and Sharma(1990) | 透過問卷方式收集資料，問項設計包含重要度及滿意度，均使用 7 等量表，X 軸為滿意度，Y 軸為重要度。 |
| Thomas(2003) | 透過分析顧客的滿意度及重要度兩者是否一致，檢視企業資源配置是否合宜。 |
| 洪彰鴻等人(2005) | 以 IPA 方法探討運動會服務項目的品質水準 |
| 鄭來宇等人(2008) | 以 IPA 方法評估電影院服務品質 |

第參章 研究設計與方法

本章分為四節，第一節研究架構、第二節研究設計、第三節研究方法及第四節預期結果。

第一節 研究架構

本研究架構首先對於在藝文團隊任職人員(文創產業工作者)基本資料進行敘述統計並利用相關性分析探討基本資料的相關性，其次利用差異分析找出不同族群對問項的認知差異；最後本文以藝文團隊任職人員對問項的期望重要度與實際滿意度資料，使用重要度-滿意度分析(IPA)方法探討文創產業經營績效，本文研究架構如圖3-1。

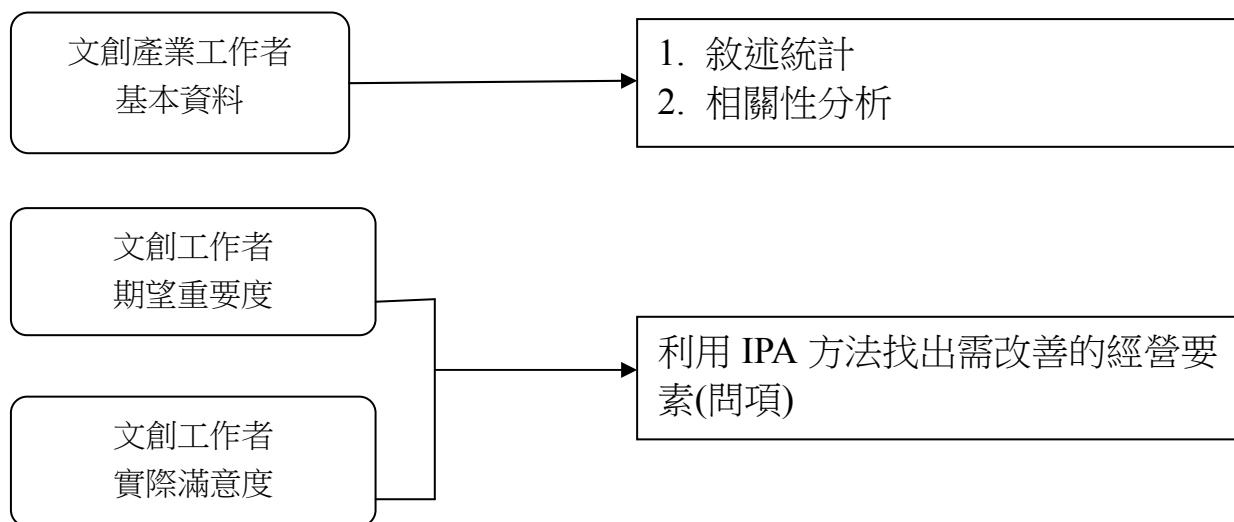


圖 3-1 研究架構

第二節 研究設計

一、文化創意產業工作者在經營績效評估扮演的角色。

謝富旭等 (2010)以實際案例探討經營文化創意產業不可不知的六大課題，包括管理、財務、行銷、客戶、差異化以及品牌忠誠度，其中管理、財務二項與文化創意產業工作者與產業存續直接相關。文中台灣故事館創辦人吳傳志表示：「作文創的人，性格總是比較浪漫的，憑著滿腔熱情就義無反顧地全身投入！但企業經營卻是需要縝密規劃與理性的計算能力，正好與創意人的性格大相逕庭」。該案例中吳創辦人開啟台灣先河，以深度文化特色創辦數家懷舊餐廳致富，卻因單純複製成功經驗過度擴張，遇上產權糾紛及財務吃緊導致經營權易手，而今一無所有。顯示文化創意產業工作者與企業經營績效間的性格衝突，直接影響該產業是否可永續生存。

在財務方面，該文獻以“創業者不可不懂的會計項目”為子標題強調財務管理觀念與技能的重要性。前文建會副主委李仁芳指出，台灣有很強的創意能量，但缺少將創意商品化、品牌化的管理能量，並表示從事文化創意產業必需兼具創意與組織管理兩者發達並行，才可永續經營。文中並引述甦活創意管理顧問公司張庭庭總經理的實務經驗：「很多的創業者，尤其是文創領域的，常常搞不清楚自己是賺錢還是虧錢，在資金進出之間，盈虧都已經搞不清楚了」。由於企業營收發生的時間點和成本支出的時間點

在實務上並不一致，許多的創業者很容易忽略周轉用的「流動現金」，只看到期初投資的費用，卻忽略了固定成本的狀況，接著面臨財務困難，甚至倒閉。張總經理建議至少要準備三個月的管銷費用做為周轉。由上述業界可知，具備財務管理的素養及職能以精算數字、掌控資金、定價以及成本結構，對文創產業來說是首要的課題。

在探討文創產業經營績效的同時，本文結合Porter(1980)、Parasuraman *et al.*(1991)、方玉珍(2005)等觀點，將藝文團隊工作夥伴定義為「顧客」，將經營現況當成「績效表現」，探討顧客對商品(文創產業現時經營環境、經營資源、內部管理能力、外部行銷能力...)的需求，如同以顧客角度測量及量化經營文創產業的期望重要度與實際滿意度，以建立文創產業經營績效的重要度－表現度分析，找出文創產業經營的缺失，提出改善文創產業績效的策略。

二、問卷的設計

1. 藝文團隊工作人員基本資料

本問卷題項包括藝文團隊工作人員基本資料以及對文創產業經營期望重要度、實際表現滿意度兩部份(如附錄一)。

本問卷是參考National Arts Index(Roland & Randy, 2010, 2011)、創意台灣-文化創意產業發展方案(行政院文化建設委員會, 2009)、我國文化藝術補助政策與執行評估(行政院研究發展考核發展委員會, 2009)、(謝富旭

等，2010)等文獻設計，符合內容效度；另外，本問卷問項也與文創產業現職經營者及工作人員探討後設計，符合專家效度。

本問卷基本資料設計目的在了解藝文團隊工作人員個人背景，將藝文團隊工作人員透過個人社經背景差異為基礎區別不同族群。除性別、年齡、婚姻狀況、居住地區等個人基本資料外，尚包含藝文團隊工作人員對其產業經營現況問項，如該團隊屬性、是否有週邊商品販售、政府是否關注本團隊公開表演、是否向政府提出申請補助等，此部分問項為詢問藝文團隊經營者與專家提出之意見後設計，主要為藝文團隊經營時可參考是否調整經營策略方針(如附錄一)。

2. 文化創意產業經營的期望重要度與實際表現滿意度

本問卷題項以 Likert(1932)五等量表收集文創產業工作人員對文創產業經營的期望重視度(重要度)與實際表現度(滿意度)的量化資料，影響文創產業經營績效相關指標主要透過文創產業經營者提出之想法以及相關文獻如 National Arts Index(Roland & Randy,2010, 2011)、創意台灣-文化創意產業發展方案(行政院文化建設委員會，2009)、我國文化藝術補助政策與執行評估(劉宜君，2009、謝富旭等，2010)。

本研究設計題項共25題，第二部份問卷主要以文創產業的資源運用、內部管理能力與內部環境現況以及創新能力、未來經營方針五方向設計，

研究設計的相關文獻如表3-1。

表 3- 1 研究設計的相關文獻

| | |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| Porter(1980) | 藉由參考顧客重要度了解顧客的需求，並評估企業是否滿足顧客需求。 |
| Parasurman et al. (1984) | 提出 PZB 模式，透過問卷方式收集資料，問項設計包含重要度及滿意度。 |
| 方玉珍(2005) | 產業的內部績效表現為企業資源的分配使用，外部的績效表現，主要是企業營收。 |
| Roland & Randy(2010, 2011) | 參考 76 項評估指標設計問項 |
| 行政院文化建設委員會(2009) | 參考台灣文創發展 SWOT 分析設計問項 |
| 劉宜君(2009) | 參考文中評估指標設計問項 |
| 謝富旭等(2010) | 參考文中實際案例建議六大課題設計問項 |

第三節 研究方法

本節介紹本文研究方法為問卷設計、敘述統計、交叉表(卡方檢定)、以及重要度-滿意度分析方法。

一、問卷內容(如附錄一)

- (一) 問項尺度：本論文對重要度及滿意度以 Likert(1932)五等量表設計，文創工作者的期望重要度測量尺度為「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」、「非常不重要」，得分依序由 5 分至 1 分；產業實際表現滿意度測量尺度為「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」，得分依序由 5 分至 1 分。
- (二) 問項效度與信度：問項設計參考現職文創產業經營者看法，並透過

National Arts Index(Roland & Randy , 2010, 2011)、創意台灣-文化創意產業發展方案(行政院文化建設委員會，2009)、我國文化藝術補助政策與執行評估(劉宜君，2009)、(謝富旭等，2010)等文獻中關於文創產業經營之觀點加以設計，故本問卷設計符合內容效度與專家效度。本文採用 Cronbach's α 係數檢測量表信度，信度分析目的是評估量表的可靠程度，即量表資料的一致性與穩定性指標(陳順宇，2005)。

二、敘述統計

敘述統計學主要透過蒐集整理分析資料，將收集的樣本數量資料利用次數分配、百分比等方式加以呈現，可透過敘述統計方法了解受測者在各變項之集中趨勢表現(林惠玲、陳正倉，2003)。

三、交叉表(卡方檢定)

透過交叉表(卡方檢定)可顯示兩類別變數間的測量所佔比例與相關性，相關性檢定之虛無假設為 H_0 : 兩類別變數獨立(即不相關)(石計生等人，2004)。

四、績效評估方法

重要度/滿意度分析(IPA)為績效評估方法廣泛被使用的方法之一，重要度/滿意度分析是由 Martilla & James(1977)方法，IPA 矩陣中心點有二種方式，一為重要度與表現度之平均得分點，另一為重要度與表現度之中位數。令 X 軸為表現度指標，Y 軸為重要度指標，將各要素之重要度與表現度依

平均得分繪製於 XY 二維矩陣，如圖 3-2，將矩陣分為 A、B、C、D 四個區域，其意義詳述如下。當要素落於 A 區域，代表其重要度及表現度均較高，可視為企業當下的優勢經營要素，應維持該優勢之存續，故 A 區域視為「持續保持區域」；當要素落於 B 區域，代表該要素為顧客期望高重要度，但企業的實際表現在顧客心中無法獲得認同，相對表現程度為低，即顧客不滿意企業在此經營要素的表現，應視為企業之經營劣勢，必須投入企業資源提高表現度優先改善之，故 B 區域視為「應積極改善區域」；當要素落於 C 區域，其重要度及表現度均相對偏低，代表該要素非顧客重視之標的，企業在該要素的表現程度亦不高，代表該要素雖需改善，但因非顧客重視之主要要素，故可容後再行改善，無改善之急迫性存在，故將 C 區域視為「較低順位改善區」；當要素落於 D 區域，重要度不高，但表現度過高，即該要素在顧客心中並不重要，僅需滿足該要素之基本需求，然而企業過度表現，投入資源過多造成浪費。對企業而言，應減少對該要素之資源供給以避免資源之浪費，相對於 B 區域企業經營劣勢之改善，企業應考量企業全盤資源之分配，將 D 區過剩之企業資源調配至 B 區以平衡企業資源，透過適當的企業資源分配達到企業績效最大化之目標，故將 D 區域視為「資源過度投入區域」。

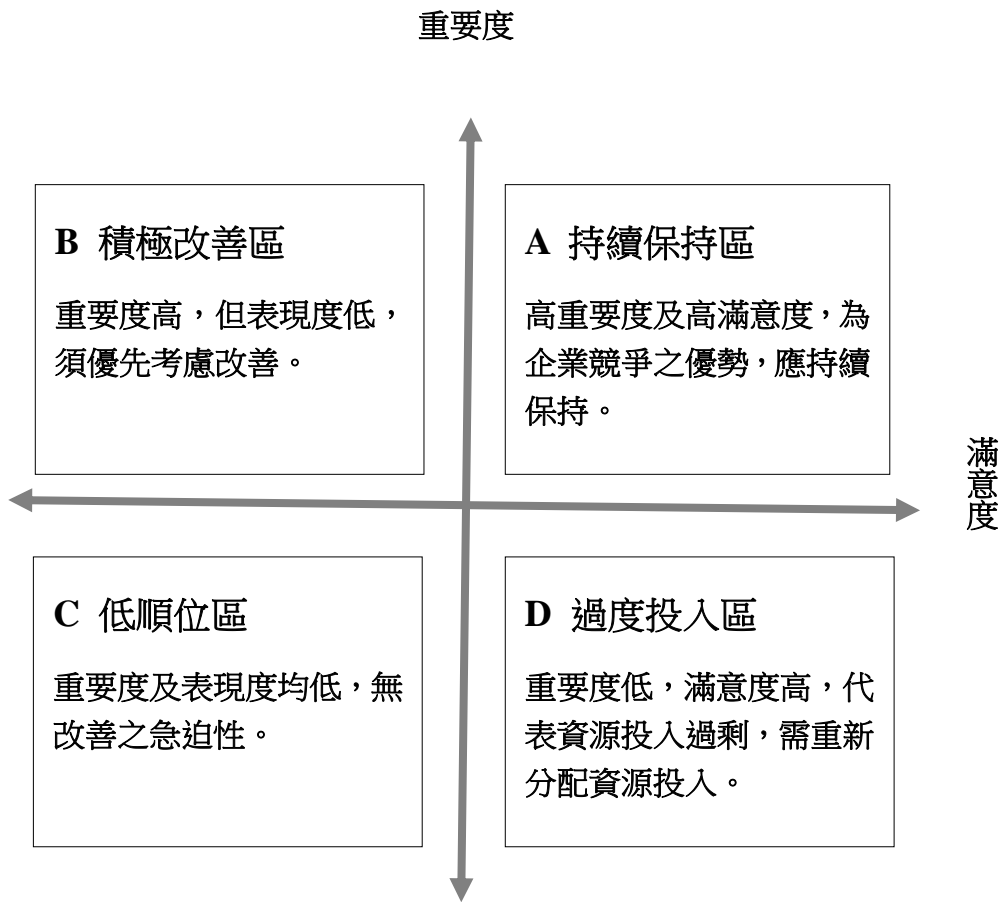


圖3-2IPA矩陣

一般利用重要度/滿意度分析(IPA)方法之相關文獻如下。洪彰鴻等人(2005)在國立勤益技術學院全校運動會服務品質探討文中，利用IPA方法分析舉辦運動會之優缺點。該研究以Parasurman et al. (1984)提出之PZB模式觀點分析服務品質與顧客需求，將「學生」代入該模式之「顧客」，舉行運動會為「產品」加以分析，以IPA方法探討運動會服務項目的品質水準，將服務品質要素落於應積極改善區之題項加以優先改善，針對該要素提出改善策略並進行改善，即運動會服務品質之提升對於學校整體服務品質提升

有所幫助。然而運動會本身非屬於常態性常時舉辦之活動，一般而言每年度僅舉辦一次，實際要進行改善且獲得回饋資料必須花費過長時間，且每年參與運動會之學生組成與前一年參與之學生交集過低，大部分非為同一學年學生，其「顧客」感受度，即表現度之改善是否可獲得實際成效仍存有疑問。鄭來宇等 (2008)以IPA方法評估電影院服務品質，該研究結論發現兩個要素落於資源投入不足區建議加以改善，第一項建議服務人員須提高顧客需求解決之反應速度，第二項則建議服務人員應更主動了解顧客需求。

第四節 預期結果

本節藉由本章第三節研究方法，再套入問卷資料並利用統計方法分析，可從附錄問卷內容之第一部份的基本資料得知每一個變項之不同族群的分佈（即比例）情況；另外，再利用卡方檢定（類別資料）可得知一些重要變項間之相關性與否。接著藉由重要度/滿意度分析(IPA)之績效評估方法（Martilla & James, 1977），從附錄問卷內容之第二部份的25個問項中試圖找出需改善的問項（如圖3- 2 IPA矩陣中B區或D區），並進而與專家討論以試圖提出改善策略。最後，對於整個分析方法與結果，本文建議可給予未來從事相關研究者之參考。

參考文獻

壹、中文部分

- 方玉珍，2005，《台灣地區新廣播電台競爭策略分析 策略矩陣之應用分析—以台北之音為例》，朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文。
- 石計生、羅清俊、曾淑芬、邱曉婷與黃慧琦，2004，《社會科學研究與SPSS資料分析》，台北：雙葉書廊有限公司。
- 行政院文化建設委員會，2009，《創意台灣—文化創意產業發展方案》。
- 宋汶媗、黃采萱，2010，〈創意產業服務創新策略之研究—以橋頭白屋為例〉，「2010文化創意產業永續與前瞻研討會—文化、創意與在地產業：跨域、互依與整合」（11月26日），屏東：國立屏東教育大學文化創意產業學系。
- 林容婉，2006，《文化創意產業行銷策略與經營策略發展指標之研究》，立德管理學院國際企業管理研究所碩士論文。
- 洪彰鴻、蘇榮基、何添生，2005，〈國立勤益技術學院全校運動會服務品質之探討〉，《勤益學報》，23卷1期，頁89-96。
- 陳弘揚，2005，《文化創意產業之品牌行銷研究》，銘傳大學設計管理研究所碩士論文。
- 陳雅萍，2006，《棲息與游牧：藝術家進駐跨國行動計畫之研究》，國立中山大學藝術管理研究所碩士論文。
- 陳順宇，2005，《多變量分析》（第四版）。台北：華泰文化出版社。
- 彭韻筑，2008，《體驗行銷飲食文化創意產業—以新竹地區現代客家美食為例》，新竹：國立中央大學客家政治經濟暨政策研究所在職專班田野調查成果發表。
- 游玉玲，2005，《文化創意產業之智慧財產權管理與經營 以霹靂布袋戲為例》，世新大學傳播管理學系碩士學位論文。
- 黃惠穗，2007，《促進我國文化創意產業發展-公私協立夥伴關係之應用》，國立東華大學公共行政研究所碩士論文。

- 張秀慧，2004，《台南創意文化園區營運團隊選擇暨產業引進之多重準則評估》，國立成功大學企業管理研究所碩士論文。
- 張英琦，2011，《西港香科武陣之研究》，國立台南大學體育科教學碩士班碩士論文。
- 張譽騰，2007，〈台灣的文化政策與博物館發展〉，《研習論壇》，73期，頁20-31。
- 劉宜君，2009，《我國文化藝術補助政策與執行評估》，行政院研究發展考核委員會委託研究計畫。
- 鄭來宇、彭淑芸、黃礎燁與楊妙琪，2008，〈電影院服務品質績效衡量—以W電影院為例〉，《品質學報》，15卷3期，頁249-258。
- 賴建都、連瓊芬，2005，〈文化創意產業品牌形象之設計與應用研究〉，《廣告學研究》，24期，頁57-88。
- 謝富旭、燕珍宜、莊芳、陳兆芬，2010，〈經營文創產業 不可不知的六大課題〉，《今周刊》，731期，頁112-119。

貳、西文部份

- Lambert, D. M., & Sharma, A. (1990). A Customer-based Competitive Analysis for Logistics Decisions. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management* , Vol. 20 (No. 1), pp. 17-24.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology* , Vol. 22 (No. 140), pp. 1-55.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing* , Vol. 41 (No. 1), pp. 77-79.
- Parasurman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Understanding Consumer Expectation of Service. *Sloan Management Review* , spring, pp. 39-48.
- Roland, K. J., & Randy, C. (2010). *National Arts Index 2009*. Americans for the Arts.
- Roland, K. J., & Randy, C. (2011). *National Arts Index 2010*. Americans for the Arts.

附錄 問卷內容

一、基本資料

- 性別：
男 女
- 年齡：
20歲以下(含) 21~30歲 31~40歲 41歲以上
- 學歷：
國中以下(含) 高中 大專或大學 研究所
- 本藝文團隊成立至今之時間：(不足一年以一年計，如2年4月以3年計)
1年以下 2~4年 5~8年 9年以上
- 在本藝文團隊任職年資：(不足一年以一年計，如2年4月以3年計)
1年以下 2~3年 4~6年 7年以上
- 本藝文團隊之工作人員數：
15人以下(含) 16~30人 31~50人 51人以上
- 本藝文團隊之經費最主要來源：
中央部會 縣市政府 企業 基金會 自籌 其他(單位：_____)
- 本藝文團隊工作之專屬練習場地：
沒有 有(租或借) 有(自有)
- 本藝文團隊每月平均團練次數：
4次以下(含) 5~8次 9~12次 13次以上
- 本藝文團隊公開表演場地大多在哪一區域：
北部(如基北北桃竹) 中部(如苗中彰投) 南部(如雲嘉南屏)
東部(如宜花東) 其他(如澎金馬等離島或國外)
- 本藝文團隊一年公開表演平均次數：
1次以下(含) 2~4次 5~10次 11次以上
- 本藝文團隊每場公開表演之觀眾平均人數：
100人以下(含) 101~500人 501~1000人 1001人以上
- 你(妳)在本藝文團隊擔任職務：
行政 表演者 劇務 其他
- 本藝文團隊之公開表演主要付費方式：
免費 收費(門票)
- 本藝文團隊每次公開表演平均每人收費(單位：元)：
0元 1~200元 201~500元 501~1000元 1001元以上
- 本藝文團隊公開表演之最有效果宣傳方式：

報紙、雜誌 海報、關東旗 網路 電視、廣播)

其他(如宣傳車、宣傳贈品、...)

17. 本藝文團隊之表演屬性：

戲劇類(如歌仔戲、平劇、國劇、舞台劇、歌劇、...)

舞蹈(如現代舞、民俗舞蹈、芭蕾舞、...)

音樂(如交響樂、民俗音樂、歌謠、合唱團、打擊樂、...)

其他(如布袋戲、相聲、雙簧...)

18. 本藝文團隊是否有周邊相關商品販售：

有 沒有

19. 本藝文團隊向中央部會（如文建會、客委會）提出申請經費補助：

滿意 不滿意

20. 本藝文團隊向縣市政府提出申請經費補助：

滿意 不滿意

21. 本藝文團隊經費(如來自政府、企業、基金會、自籌、其他)是否滿足本團隊開銷

滿意 不滿意

二、期望重要度與實際表現度

| 本藝文團隊對該項期望的重要度 | | | | | 請你勾選對於各項問題之評分： 5分表示「非常重要」、「非常滿意」；4分表示「重要」、「滿意」；3分表示「普通重要」、「普通滿意」；2分表示「不重要」、「不滿意」；1分表示「非常不重要」、「非常不滿意」 | 本藝文團隊對該項實際的滿意度 | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 非常重要 | 重要 | 普通 | 不重要 | 非常不重要 | | 非常滿意 | 滿意 | 普通 | 不滿意 | 非常不滿意 |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 1. 表演場地之交通便利性 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 2. 培訓專業人才或招攬國際人才 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 3. 政府提供藝文活動練習場地 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 4. 政府提供藝文活動專門演出場地 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 5. 藝文團隊平常練習場地設施 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 6. 中央部會提供藝文團隊經費的補助 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 7. 縣市政府提供藝文團隊經費的補助 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 8. 中央部會設定藝文團隊補助經費門檻 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 9. 縣市政府設定藝文團隊補助經費門檻 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 10. 企業或基金會提供藝文團隊經費贊助費用 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 11. 藝文團隊內部對財務的管控 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 12. 藝文團隊經營管理能力之提昇 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 13. 藝文團隊間資源分享(如 設備、場地、表演機會、人員、...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 14. 藝文團隊自我行銷提高知名度(如 刊物、專欄、廣電媒體、...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 15. 藝文團隊之工作人員流動影響(如 人員穩定度、薪水、...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 16. 藝文團隊之工作環境與薪資穩定度 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|

期望重要度與實際表現度(續)

| 藝文團隊對該項期望的重要度 | | | | | 請你勾選對於各項問題之評分: 5分表示「非常重要」、「非常滿意」; 4分表示「重要」、「滿意」; 3分表示「普通重要」、「普通滿意」; 2分表示「不重要」、「不滿意」; 1分表示「非常不重要」、「非常不滿意」 | 藝文團隊對該項表現的滿意度 | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 非常重要 | 重要 | 普通 | 不重要 | 非常不重要 | | 非常滿意 | 滿意 | 普通 | 不滿意 | 非常不滿意 |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 17. 藝文團隊表演題材及更新頻率 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 18. 藝文團隊之表演符合觀眾喜好 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 19. 藝文團隊參與國際交流 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 20. 藝文團隊之智慧財產權之保護與運用 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 21. 開發及販售與藝文團隊相關之周邊商品 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 22. 藝文團隊之志工參與支援 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 23. 藝文團隊表演與資訊科技結合 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 24. 藝文團隊藉由表演促進投資招商 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | 25. 藝文團隊表演市場的拓展 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |